

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Кафедра банковского дела

Программа
учебной дисциплины
«Основы банковского маркетинга»
цикла специальных дисциплин ГОС ВПО второго поколения
для подготовки бакалавров, обучающихся
по направлению 080100.62 «Экономика»
(профессионально-ориентированная программа «Банковское дело»)

Казань 2009

Составитель: к.э.н., доцент Надреев Ш.М.

Рецензент: к.э.н., доцент Бакеев Б.В.

Обсуждена на заседании кафедры банковского дела 9.06.2009. протокол № 12.

Контроль качества:

Методист: ст. преподаватель Миропольская Н.В.

Ст. методист: доцент Калинина Т.Н.

Начальник

отдела УККО доцент Андреева Р.Н.

Утверждена Научно-методическим Советом института 24.09.2009, протокол № 86.

Программа дисциплины составлена в соответствии с ГОС ВПО второго поколения для подготовки бакалавров по направлению 080100.62 «Экономика» (профессионально-ориентированная программа «Банковское дело»).

I. Организационно- методический раздел

1. Цель изучения дисциплины

Цель - обучение студентов теоретическим основам банковского маркетинга и формирование у них современных фундаментальных знаний в этой области.

2. Задачи дисциплины

Изучение дисциплины должно обеспечить реализацию следующих задач:

- ознакомление студентов с основами теории банковского маркетинга;
- получение современного представления о роли банковского маркетинга в практической деятельности коммерческих банков;
- изучение тенденций развития банковского маркетинга.

3. Требования к уровню освоения содержания курса

В результате освоения дисциплины студент должен **знать**:

- основной понятийно-терминологический аппарат по банковскому маркетингу;
- основы организации маркетинговой деятельности в банке;
- основные банковские продукты и услуги;

студент должен **уметь**:

- анализировать состояние маркетинговой деятельности в коммерческом банке;
- использовать основные методы банковского маркетинга;
- проводить сегментацию банковского рынка;
- формулировать стратегии продаж банковских продуктов и услуг;

студент должен **иметь практические навыки**:

- анализа статистических материалов, характеризующих основные аспекты маркетинговой деятельности банков;

- сравнительного анализа эффективности банковских продуктов;
- обоснования ценовой политики банка на выдаваемые кредиты.

4. Место дисциплины в профессиональной подготовке студентов

Дисциплина "Банковское дело" базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин, как «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Финансы и кредит», «Основы банковского дела».

В развитии данной дисциплины студентам изучают дисциплину «Организация деятельности коммерческого банка».

II. Содержание дисциплины

1. Разделы, темы дисциплины и их краткое содержание

В данной дисциплине не предусмотрено выделение разделов.

Тема 1. Основы маркетинга в банковской деятельности

Понятие банковского маркетинга. Цели банковского маркетинга. Задачи банковского маркетинга. Банковский маркетинг как важнейший элемент управления банком. Содержание банковского маркетинга и его специфика. Факторы, вызвавшие необходимость маркетинга в банковской сфере. Особенности маркетинга в банковской сфере. Принципы и функции банковского маркетинга. Виды банковского маркетинга.

Тема 2. Организация маркетинговой деятельности банка

Способы организации маркетинговой деятельности банка. Маркетинговая служба и ее функции. Методические основы организации маркетинга в банке. Анализ рыночных возможностей банка. Методы банковского маркетинга. Создание и поддержание имиджа банка. Разработка стиля общения с клиентом. Реклама как метод банковского маркетинга. Элементы банковского маркетинга. Сегментация рынка. Мониторинг и прогнозирование рынка. Конкурентная позиция банка. Организация сбыта банковских услуг.

Тема 3. Банковские продукты и услуги

Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг. Единство и различие понятий «банковский продукт», «банковская услуга», «банковская операция». Специфика банковского продукта. Абстрактность и неосвязаемость банковских услуг. Неотделимость банковской услуги от источника. Договорной характер банковского обслуживания. Протяженность банковского обслуживания во времени. Связь банковских услуг с деньгами. Основные виды банковских продуктов. Три уровня банковского продукта. Основные виды банковских услуг. Разработка и внедрение банковских продуктов и услуг. Определение цены новых банковских продуктов и услуг. Стадии жизненного цикла банковского продукта.

Тема 4. Методические основы маркетинговых исследований

Основные концепции банковского маркетинга. Концепция совершенствования банковских технологий. Концепция совершенствования банковских услуг. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Традиционная маркетинговая концепция. Социально-этическая концепция банковского маркетинга.

Зависимость маркетинга от этапов жизненного цикла банковских услуг. Исследование среды банковского маркетинга. Учет в маркетинговом исследовании мотивации клиентов. Методика маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации. Сбор и анализ маркетинговой информации.

Тема 5. Маркетинговые стратегии банка

Понятие сегментации банковского рынка. Виды сегментации. Сегментация рынка по продуктовому признаку. Виды сегментации и маркетинговые стратегии. Концентрированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Массовый маркетинг. Типы маркетинговой стратегии, связанные с поиском целевых рынков среди банковской клиентуры.

Управление спросом на банковские услуги. Анализ спроса. Виды спроса и маркетинговые стратегии. Оценка текущего и перспективного спроса.

Стратегии продаж банковских продуктов и услуг. Тактика продаж. Оценка рынка сбыта банковских продуктов. Банковская инфраструктура по обслуживанию рынка продаж. Стратегия персональных продаж. Стратегия специализации. Стратегия продаж кредитных продуктов. Стратегия совершенствования продуктового ряда. Налаживание системы персональных коммуникаций. Бюджетирование как часть эффективной системы продаж. Ценовая стратегия банка. Стратегия маркетинговых коммуникаций банка.

2. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

3. Примерный перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Определить роль маркетинга в оптимизации управления коммерческим банком.
2. Охарактеризовать значение банковского маркетинга в условиях финансовой нестабильности.
3. Оценить значение имиджа банка в эффективности наращивания ресурсной базы и расширения перечня розничных услуг.
4. Показать связь рыночных возможностей банка с финансовыми результатами его деятельности.
5. Показать на конкретных примерах проявление абстрактности и неосвязаемости банковских услуг.
6. Показать, каким образом проявляется связь банковских услуг с денежными отношениями.
7. Охарактеризовать наиболее важные виды банковских продуктов.

8. Показать влияние конкурентной среды на цены новых банковских продуктов и услуг.
9. Показать значение социально-этической концепции банковского маркетинга в современных условиях.
10. На примере расчетно-кассового обслуживания показать зависимость маркетинга от этапов жизненного цикла банковских услуг.
11. Охарактеризовать значение исследования среды банковского маркетинга.
12. Охарактеризовать особенности маркетинговой стратегии коммерческих банков в современных условиях.
13. Показать на конкретных примерах сегментацию рынка по продуктовому признаку.
14. Дать на основе опыта местных банков примеры проявления концентрированного и дифференцированного маркетинга.
15. Оценить рынок сбыта банковских продуктов на примере ипотечных кредитов.
16. Показать примеры проявления ценовой стратегии банка.
17. Показать взаимосвязь стратегии и тактики продаж банковских продуктов и услуг.

4. Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие банковского маркетинга.
2. Содержание банковского маркетинга и его специфика.
3. Цели, принципы, задачи и функции банковского маркетинга.
4. Виды банковского маркетинга.
5. Способы организации маркетинговой деятельности банка.
6. Методические основы организации маркетинга в банке.
7. Методы банковского маркетинга.
8. Элементы банковского маркетинга.
9. Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг.

10. Специфика банковского продукта.
11. Основные виды банковских продуктов.
12. Основные виды банковских услуг.
13. Разработка и внедрение банковских продуктов и услуг.
14. Стимулирование сбыта банковских продуктов.
15. Расширение продуктовой линейки банка как способ усиления его конкурентных позиций.
16. Значение рекламы в организации продаж банковских продуктов.
17. Концепции банковского маркетинга.
18. Зависимость маркетинга от этапов жизненного цикла банковских продуктов и услуг.
19. Исследование среды банковского маркетинга.
20. Методика маркетинговых исследований.
21. Организационный аспект проведения маркетинговых исследований в банке.
22. Сегментация банковского рынка.
23. Виды сегментации и маркетинговые стратегии.
24. Управление спросом на банковские продукты.
25. Стратегии продаж банковских продуктов и услуг.
26. Банковская инфраструктура по обслуживанию рынка продаж.
27. Ценовая стратегия банка.

III. Распределение часов курса по темам и видам работ

№	Наименование раздела и темы	Всего	Из них				Самостоятельная работа
			Аудиторных занятий				
			лекции	семинарские занятия	практические занятия	индивидуальные занятия	
1.	Основы маркетинга в банковской деятельности	6	2	2			2
2.	Организация маркетинговой деятельности банка	6	2	2			2
3.	Банковские продукты и услуги	6	2	2			2
4.	Методические основы маркетинговых исследований	18	2	2		12	2
5.	Маркетинговые стратегии банка	10	4	4			2
	ИТОГО:	46	12	12		12	10

IV. Форма итогового контроля

Зачет.

V. Учебно-методическое обеспечение курса

1. Рекомендуемая литература (основная)

1. Владиславлев Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга / Д.Н. Владиславлев. – М.: Ось-89, 2009.
2. Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. / Е.Ф.Жуков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Хабаров В.И., Попова Н.Ю. Банковский маркетинг: учебное пособие. / Под ред. В.И. Хабарова. - М.: Маркет ДС, 2006.

2.Рекомендуемая литература (дополнительная)

1. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от 2.12.1990 г. № 395-1.
2. Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам): Инструкция ЦБ РФ от 14.09.2006 г. №28-И.
3. Банковское дело: учебник / О.И.Лаврушин и др. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007.
4. Банковское дело: учебник для вузов. 2-е изд. / Под ред. Г.Н.Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. - СПб.: Питер, 2008.
5. Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и специальности «Финансы и кредит». 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. Е.Ф.Жукова, Н.Д.Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

3. Перечень обучающихся и контролирующих компьютерных программ не предусмотрен